

Nyt Nordisk Køkken - en håndsrækning til dansk Økologi

Af Henriette Winther, Økologisk Landsforening

Økologien er i vækst. Alle fødevarer kategorier oplever stigning i afsætningen – og naturligt nok også i antallet af udbydere. Økologerne oplever derfor nu øget konkurrence, og for nogle producenters vedkommende med dalende afregningspriser til følge.

Så er der to strategier man kan forfølge: 1) producere det samme men billigere, 2) producere noget andet som kan holde prisen. Det Nye Nordiske Køkken er et redskab til at differentiere sig, hvis man bruger de anvisninger som NNK giver for udvikling af nordiske fødevarer.

De første fælles ord om et Nyt Nordisk Køkken blev sagt i dag for præcis 5 år siden – 19. november i 2004. Her mødtes kokke fra Norden for i fællesskab at skabe rammerne for et nyt nordisk køkken. Essensen af mødet blev et manifest, hvori deltagerne forholder sig til produktion, forædling, formidling – og ikke mindst fortæring af fødevarer i Danmark og de øvrige nordiske lande Sverige, Norge, Finland. Manifestet fokuserer på den rene og uforfalskede fødevarerproduktion, herunder bæredygtighed, dyrevelfærd, gmo-fri afgrøder, som en forudsætning for at kunne skabe et køkken, der kan sætte Norden på det gastronomiske verdenskort på linie med det spanske, franske og asiatiske køkken – men i lige så høj grad – og som en forudsætning for det første - at styrke en hensygnende dansk madkultur.

Jeg får jævnligt spørgsmålet om ikke det Nye Nordiske Køkken bare er en trend - et modelune der går over igen. Det oplagte svar er et modspørgsmål, nemlig ”om Danmark og vores landbrugsproduktion er et modelune – der går over igen”. Nej, Danmark er kommet for at blive – det samme er dansk landbrugsproduktion – vi ER det Nordiske Køkken – der har bare ikke tidligere været så stærk en bevidsthed om det. Det er der nu, og vi kan i virkeligheden bare glæde os over, at **nogen har sat navn på** det vi allerede gør. Og vi skal ikke stoppe med at producere rodfrugter og korn og æbler, fordi Det Brasilianske Køkken pludselig bliver det mest hippe i gastronomien. Vi er danskere, vi er en landbrugsnation – og vi kan glæde os over, at det Nye Nordiske Køkken er med til at rette verdens fokus mod de råvarer som vi er særligt gode til at producere.

Så svaret er, at det nye Nordiske Køkken med tiden vil blive til Det Nordiske køkken – og blive et indarbejdet begreb for de råvarer, fødevarer og måltider man spiser i Norden – men forsvinde vil det ikke så længe der er mennesker som fremstiller og spiser mad i Norden.

Så hvad kan Danske økologiske producenter bruge det Nye Nordiske Køkken – hvis vi allerede er det? Vi kan bruge de tanker der ligger bag NNK som inspiration og motivation i udvikling af et mere mangfoldigt råvare- og fødevarerudbud i Danmark.

NNK kan ses som et skelet, som vi producenter og fødevarer virksomheder skal være med til at sætte kød på. Eller som et lærred vi skal bemale. Vi skaber det NNK, med de varer vi producerer og sælger – og derfor skal vi både for vores egen og for fremtidige generationers skyld gøre os umage, med at gøre det rigtig godt.

Særligt 3 fokusområder er interessante i NNK manifestet:

1. Om terroir og de nordiske råvarer

2. Om mangfoldigheden i råvareudbuddet
3. Om forædling gennem gamle metoder.

Om terroir eller de særlige danske vækstbetingelser siger NNK:

En række bær, frugter, kornsorter og andre stivelsesholdige afgrøder har særligt fine vækstbetingelser for at vokse og udvikle deres smag her i norden. Vi vil sikre dem en større og smukkere plads i vores køkken. Råvarerne fra de nordiske skove, strande, bjerge, fjelde og tundraer – de vilde planter, bær, svampe og dyr - er en af vore fineste ressourcer og bør spille en langt mere fremtrædende rolle i vores madkultur.

I tankerne bag NNK ligger en antagelse om, at vi skal fokusere på det vi er gode til i Danmark – og bestræbe os på at blive endnu bedre til at forædle vores specialiteter. For vi har råvarer som bliver bedre her, end andre steder i verden – og den særegenhed skal vi udnytte til at give vores mad kant og profil i forhold til alle verdens andre nationer.

Et eksempel på en producent som udnytter denne tankegang er Susanne Hovmand fra Knuthenlund Gods, hvor de udyrkede arealer af godsets 1000 ha for nyligt er blevet minutiøst gennemgået, og alle vilde planter som vides at have en gastronomisk betydning er blevet registreret. Det er sket for at kunne udnytte selvsamme planter og bær i den fødevarereproduktion som finder sted på Knuthenlund, planterne skal opformeres anvendes som foder eller som smagsgivere i de forarbejdede mejeri- og charcuterivarer som Knuthenlund fremstiller.

En anden producent Mette Meldgaard har etableret en mangfoldig frugthave på Strynø, hvor hun på én gang udnytter de gode vækstbetingelser som findes for kernefrugt og bær på småøerne – og samtidig udfordrer sig selv med et væld af arter – senest har Mette plantet abrikos, som hun har høstet i sensommeren med stor succes. Nu kan man selvfølgelig mene at abrikos ikke er særlig dansk – endsige nordisk. Men faktum er, at abrikos har været dyrket i Danmark før – og de klimatiske ændringer med højere temperaturer udvider mulighederne for, hvad vi kan dyrke i Danmark.

Om mangfoldighed i råvareudbuddet sigert NNK:

”De nordiske råvarers kvaliteter og mangfoldighed er ukendt område for de fleste. Det Ny Nordiske Køkken skal fremme kendskabet til denne mangfoldighed og dens kulinariske muligheder. Der findes mindst 50 forskellige vilde, spiselige bær fra de finske skove, hvoraf mere end halvdelen handles kommercielt, men hvornår er de senest blevet udbudt i resten af norden? Nordisk Genbank har registreret mere end 150 forskellige peberrodssorter med forskellige smagsmæssige egenskaber, men er det den rigtige, vi dyrker?...”

Her er en opfordring til at give vores økologiske landbrugsproduktion både større bredde – finde nye arter og racer som kan trives her – og større dybde (hvorfor ikke 100 slags forskellige rabarber). Vi skal ikke nøjes med eet økologisk svin – vi skal måske have 7 forskellige racer og krydsninger i produktion. Vi skal ikke nøjes med 2 sorter rødbeder (de lange og de runde) vi skal søge efter de bedste og mest velsmagende sorter.

Nu ved jeg selvfølgelig godt hvilke mekanismer man er oppe mod, når man som økologisk producent forsøger at afsætte specialafgrøder til detailhandlen. Størstedelen af dansk detailhandel køber de varer

som de kender, fordi det er de varer som forbrugerne kender, kan finde ud af at tilberede – og derfor køber.

Så en indsats for at øge befolkningens nysgerrighed overfor det nye og ukendte er nødvendig, hvis det NNK for alvor skal manifestere sig i befolkningen. Heldigvis er der gode takter i dele af detailhandlen, hvor bl.a. IRMA har vist sig langt mere modig og visionær end mange andre detailhandelskæder. Og hurra for det – hurra for IRMA og for IRMAs kunder som er af de mere nysgerrige af slagsen. Al udvikling skal jo starte et sted, og igennem denne kæde har vi et godt afsæt for at introducere befolkningen for en større mangfoldighed i den økologiske fødevarerproduktion. Hurra også for de mange initiativer som går direkte til forbrugeren, hvad enten der er tale om markeder, gårdbutikker eller internetsalg. Den gruppe af forbrugere som ønsker nye gode varer søger ofte andre kanaler end de etablerede detailkæder – og det går jo forhåbentlig op for dem en dag.

Her kommer vi ind på et område med mange hensyn. I den konventionelle fødevarerproduktion har der de sidste rigtig mange år været fokus på udbytte, tilvækst og afkast. Økologiske producenter har været og er kendetegnet ved en langt større innovationskraft, - se det som en modreaktion, et ønske om at gøre det bedre. Mange små producenter er drevet af ønsket om, at skabe lødige fødevarer, nye smagsoplevelser og de udfordrer sig selv i produktionen, hopper over hvor gærdet er højest – selvom det ofte koster både blod, sved og tårer. Og fordi vi har en produktionsform, hvor vi primært bekender os til naturen og det gode landmandskab stiller det også visse krav til de sorter, racer og arter vi dyrker. Vi må f.eks. vælge æblesorter med en vis resistens mod skurv, ligesom det er hensigtsmæssigt at vælge sortbrogede slagtesvin, hvis de skal opdrættes under åben himmel. Alle muligheder er således ikke tilgængelige for danske økologer, men mulighederne er dog alligevel mange.

Skal man som producent udnytte tankerne om NNK drejer det sig altså om:

- At producere det man er bedst egnet til, på det sted man nu ligger (terroir) – dvs. at udnytte de naturgivne betingelser på dyrkningsstedet (jordbund, klima)
- At søge tilbage i tiden for at finde afgrøder, racer og sorter som gennem tiden på en særlig måde har været knyttet til enten lokalområdet eller til dansk landbrugsproduktion i det hele taget.
- At lade sig inspirere af det vildt voksende – og vurdere mulighederne for at kunne kultivere en produktion med samme gode resultat som den vilde vækst.
- At kommunikere
- At være tålmodig.

De mest innovative pionerer blandt de økologiske primære producenter har dedikeret sig til projekter hvor man opformerer gamle nordiske kornsorter, som har været registreret i Nordisk genbank. Det er et tålmodighedsarbejde, som man skal tro på for at bevare begejstringen. Det kan tage mange år, før resultaterne viser sig, af én anstrengelse – hvad enten det drejer sig om opformering af korn eller avl af nye/gamle svineracer. Men det er et MEGET VIGTIGT arbejde, som er en forudsætning for at den økologiske produktion fremover vil udvikle en større mangfoldighed. Og så skal vi samarbejde med hinanden, for dem som er bedst til at udvikle nye kvaliteter, er ikke nødvendigvis de bedste til at udbrede dem og få dem ud over rampen – og for at vores anstrengelser skal komme befolkningen til gavn – er det nødvendigt at nogen bringer nyhederne ud i verden. Så strategiske samarbejder mellem pionerer og velsmurte afsætningsvirksomheder vil være en mulig vej frem...?

En anden interessant dogmeregul fra NNK siger:

Vi vil udforske og forny de traditionelle nordiske opskrifter og tilberedningsmetoder.

Vi vil lytte til visdommen hos gamle mennesker, i randområderne og hvor den ellers findes.

Saltning, røgning, tørring og syltning af sommerens og efterårets høst, fangst, slagtinger og jagt er en del af vores kulturelle og kulinariske arv og en måde at forædle råvarerne på.

Skal man som fødevarerproducent udnytte tankerne om NNK drejer det sig om:

- at man baserer sine produkter på de råvarer som bliver bedst i DK eller det øvrige Norden
- at man udfordrer sig selv i forarbejdningen af disse råvarer, søg tilbage i tiden til gamle konserveringsmetoder, (salte, røg, sylte, tørre)
- – som f.eks. Helios der netop har vundet Økologisk GULD (et DM for ø-fødevarer) for deres mælkesyregerede grøntsager, hvor grøntsagernes egne mælkesyrebakterier under iltfri betingelser (dvs. i glasset med låg på) transformerer grøntsagernes sukkerindhold til det for kroppen så gavnlige mælkesyre. Vi mangler i stor stil tørret økologisk frugt og bær – flere arbejder med ideen, men ingen har faciliteterne til denne produktion i dag, men markedet er stort (flere morgenmadsproducenter efterspørger produktet og der vil også være basis for lancering af f.eks.- tørrede stikkelsbær, blommer og kernefrugter i detailhandlen.
- Søger inspiration til at udvikle nye produkter med rod i hedengangne måltider, retter f.eks. som føromtalte grød.

Det Nye Nordiske Køkken er kommercielt interessant !

For alle producenter er det nødvendigt at få brød på bordet – og det er derfor naturligt at stille spørgsmålet om NNK er en attraktiv salgsparameter i forhold til forbrugerne. Kan vi tjene penge på at lade os inspirere af NNK – eller er det stadig mest i toppen af gastronomien at succesen runger?

Ja, det kan man. Aurion har nu i et år leveret 5 forskellige fuldkornsgrødblandinger til IRMA, og i den periode er der langet 1,2 mio portioner grød over disken. Aurions omsætning er i de senere år vokset med godt 20% om året... Dette koncept er baseret på tanken om ”genopfinde Danmark som grødnation” – vi har spist grød i mere end 5000 år – men glemt det de seneste 50 år. Her er nu en serie grødblandinger udviklet på en basis af gamle kornsorter som spelt, emmer og svedjerug – tilsat smag af urter, bær og frugter, hvoraf størstedelen er naturligt hjemmehørende i Danmark. I et samarbejde mellem Kok Rasmus Kofoed, Jørn Ussing fra Aurion og Økologiske Fødevarerådgivning blev produkterne, som er et godt udtryk for det Nye Nordiske Køkken, til .

Her mener jeg ikke at man som producent eller forædler skal gøre et stort nummer ud af at skrive NNK på sine produkter. NNK er ikke et varemærke vi skal klistre på vores produkter – det vil kun gøre troværdigheden mindre. Som når en stor konventionel brødproducent lancerer et rugbrød ved navnet NY NORDISK – er det det samme som at kalde sin sodavand for trendy i håb om at den bliver det. Det bliver den IKKE - og brødet , der er fremstillet af konventionelt producerede ingredienser, rammer ifølge min bedste overbevisning ved siden af - bl.a. fordi det ikke opfylder de kriterier som er beskrevet i NNK Manifest.

Vælger man at udvikle produkter indenfor rammerne af NNK, er det vigtigt at vide, at hele produktet skal være i orden. Emballage, markedsføring og indsalg er ikke ligegyldigt, fordi råvaren er af lokal herkomst – der skal gøres en indsats for at få sammenhæng i kommunikationen og produktets udseende, og lancering.

En håndsækning

Danske økologiske producenter skal glæde sig over, at der i toppen af gastronomien er nogen som retter spotlight mod den produktion vi i forvejen har - og at vi sammen bestræber os på at gøre det vi gør, endnu bedre og endnu mere mangfoldigt i fremtiden.